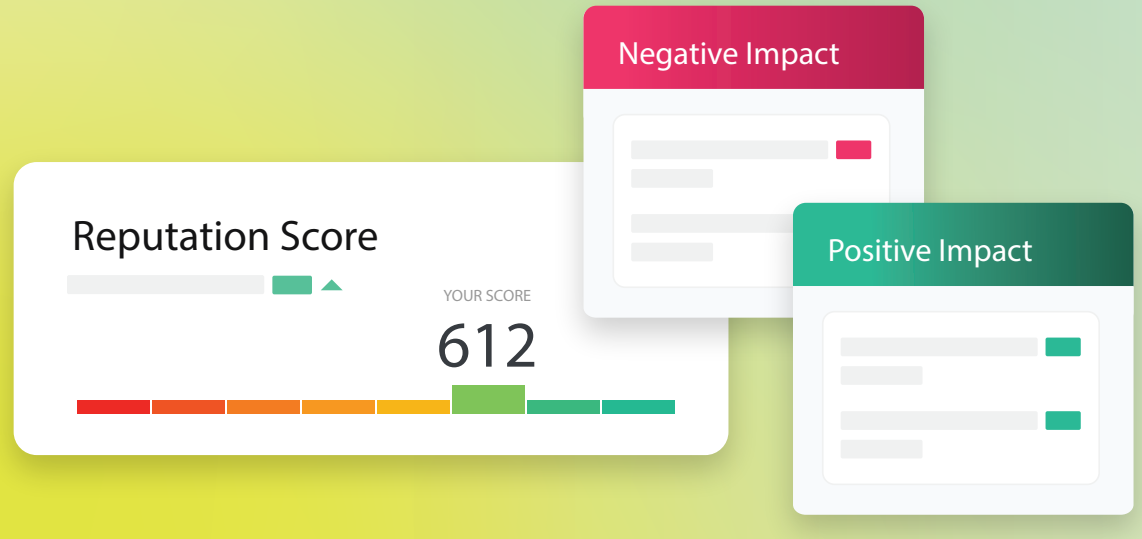
Reputation

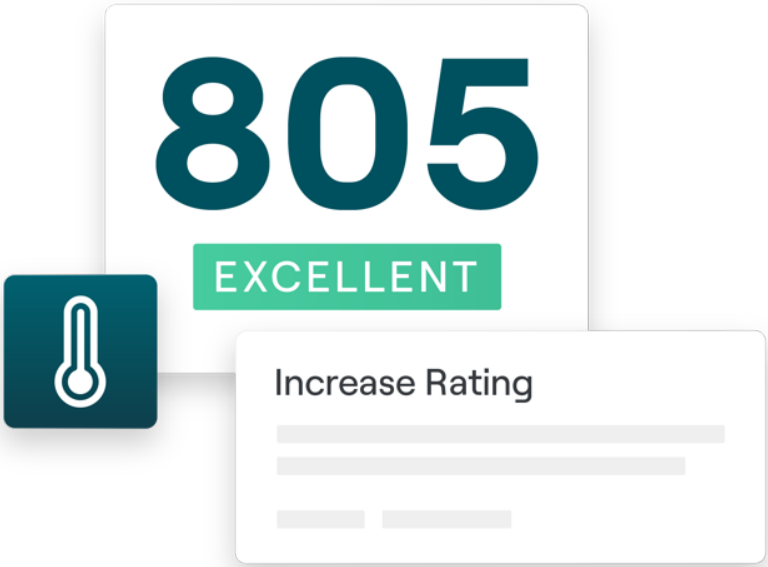
Scorul de Reputație X



2022

Cuprins

I. Scorul de Reputație X 2
   a. Prezentare generală
   b. Studii de caz
II. Fila Scor de Reputație 5
   a. Observații despre locații
   b. Recomandări pentru îmbunătățiri
   c. Compararea tendințelor în timp
III. Fila Componente 10
IV. Întrebări frecvente de depanare 15
V. Servicii Premium cu plată 19
VI. Resurse suplimentare 20



© 2022 Reputation, Inc. |

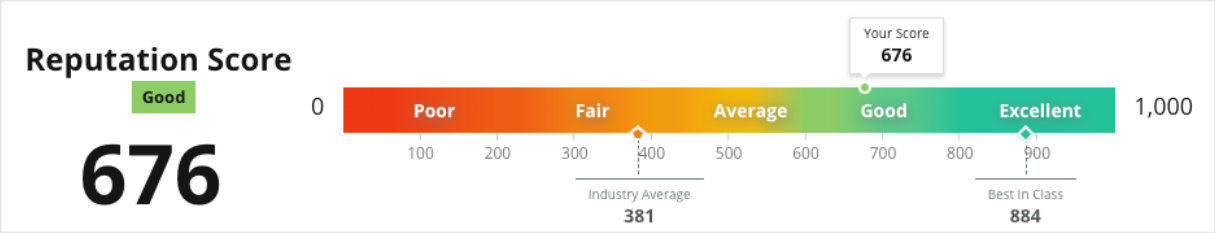
Scorul de Reputație X

Scorul de Reputație este un indice complex al prezenței digitale a locațiilor firmei, calculat pentru peste 70 de domenii de activitate.

Un scor mai presus de toate

Scorul de Reputație X este ghișeul dvs. unic pentru informații despre tot ceea ce spun, simt și aud clienții despre afacerea dvs., într-un **singur indicator**. Acesta vă identifică punctele forte și punctele slabe, oferind informații utile pentru comparația cu competitorii și, în cele din urmă, pentru îmbunătățirea reputației online a brandului.

Acest scor calculează performanța firmei dvs. în diverse aspecte online importante, de vizibilitate, implicare și sentiment generat. Aflați ce afectează scorul dvs. și de ce performanța firmei dvs. este mai mare sau mai mică față de altele similare din domeniu.



Cu cât este mai mare Scorul dvs. de Reputație, cu atât este mai mare probabilitatea să ieșiți în evidență pe motoarele de căutare, în rezultatele pe hartă și pe site-urile de recenzii – o dovadă că faceți ce trebuie pentru a fi văzut și ales de clienți noi.

Scorul de Reputație X afișează cel mai recent scor al dvs. Selectați intervalul de date în **Rapoarte** pentru a vizualiza date istorice referitoare la scor. Puteți vizualiza rezultatele în funcție de locație și de filtrele particularizate. Unele diagrame permit și filtrarea după intervalul de date (ultimele 30, 60, 90 sau 365 de zile de la generarea datelor).

Componentele unui Scor de Reputație

- Sentimentul recenziilor
- Volumul recenziilor
- Răspândirea recenziilor
- Caracterul recent al recenziilor
- Afișări în căutări
- Răspunsul la recenzii
- Acuratețea listărilor
- Implicarea socială
- Lungimea recenziilor
- Sănătatea brandului*
- Raza de acoperire a brandului*

Disponibil numai pentru dealerii de automobile*

Studii de caz

Transformați feedbackul în motorul creșterii afacerii dvs., cu informații utile din Scorul de Reputație X. Cercetările noastre au indicat și un impact direct asupra veniturilor. Citiți despre clienți reali Reputation care și-au transformat feedbackul în motor al creșterii și aflați cum puteți face la fel, implementând sugestii utile din Scorul de Reputație X.

The Arbor Company

The Arbor Company este un operator cu sediul în Atlanta care deține >45 de comunități de locuințe independente, de locuințe asistate și de îngrijire a demenței, deservind vârstnici din 11 state. Misiunea lor este de a stimula și de a îmbogăți starea de sănătate și spiritul rezidenților lor, onorând viața unică a fiecărei persoane prin conexiuni profunde cu rezidenții, familiile și personalul.

The Arbor Company a venit la noi căutând ajutor pentru a răspunde la recenzii, a personaliza rapid mesajele de răspuns și pentru a automatiza solicitările de recenzii cu un declanșator identificabil, totul într-o singură platformă.

Acțiuni

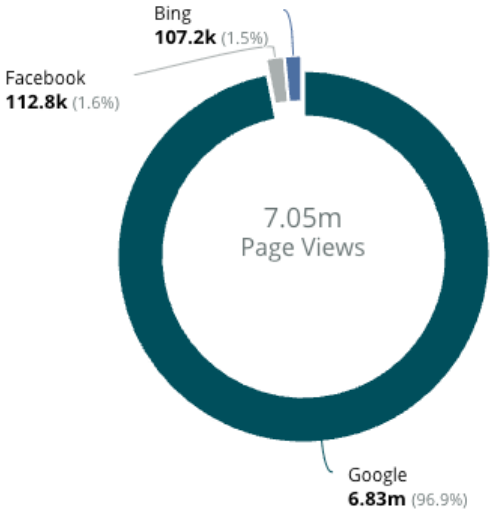
1. Trecerea la o singură platformă pentru a monitoriza recenziile, mesajele de răspuns și solicitările de recenzie.

2. Utilizarea recenziilor și a observațiilor pentru a identifica temele feedbackului și pentru a face îmbunătățiri operaționale.

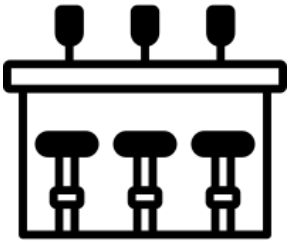
3. Utilizarea serviciilor Premium cu plată pentru a monitoriza și a răspunde la recenziile online cu șabloane de răspuns aprobate anterior, armonizate cu brandul firmei.

Rezultate

- Cu 22% mai multe afișări de listări în căutări
- Acțiuni suplimentare de listare a firmei au convertit în medie 12 rezidenți noi pe an.
- Creșterea cu 64% a volumului de recenzii
- Venituri suplimentare de >4,5 milioane USD
- **Creșterea cu 191 de puncte a Scorului de Reputație**



Compania Confidential Hospitality



Acest brand este cea mai mare companie de baruri din lume, în urma unor achiziții majore, și a venit la Reputation cu următoarele cerințe:

- Un KPI de înlocuire pentru NPS care să fie implementat în întregul grup
- Îmbunătățirea acurateții datelor din listările barurilor
- O platformă ușor de utilizat pentru a încuraja folosirea de către manageri și echipe
- Raportare și funcționalitate la nivel înalt pentru a ajuta la fundamentarea viitoarelor decizii de afaceri și pentru a menține conducerea la zi

Acțiuni

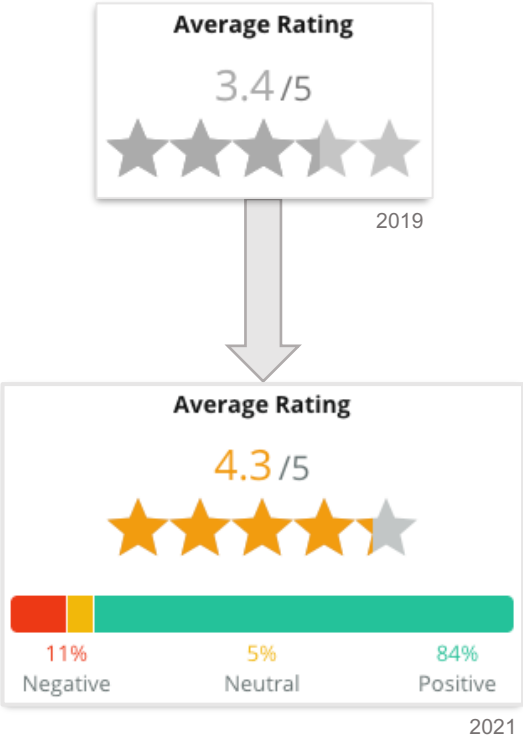
1. Furnizarea unei unice platforme de gestionare recenzii, sondaje, rețele sociale, listări și multe altele, pentru a crește eficiența cu scalabilitate funcțională pe măsură ce grupul crește.

2. Descentralizarea gestionării de zi cu zi a feedbackului online al unei locații, menținând în același timp o imagine de ansamblu pentru sediul central.

3. Crearea unui sentiment sănătos de concurență între locațiile din portofoliul grupului.

Rezultate

- Punctajul de evaluare online a crescut cu 0,09 puncte, la 4,3 din 5 stele
- Rata de răspuns la recenziile clienților a atins o medie de 99% în 2021, în creștere de la 36% în 2019
- Vizualizările listărilor firmei au crescut cu 1443% din 2019-2021
- Managerii își economisesc 25% din timp folosind o singură platformă în loc de 4-5
- **Scorul de Reputație a crescut cu 196 de puncte și este cu 99 de puncte peste media din sector**



Fila Scor de Reputație

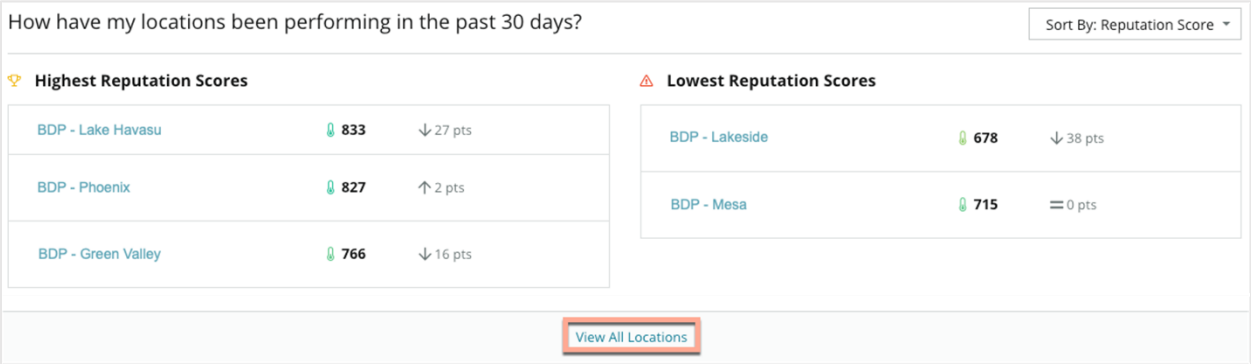
Fila Scor de Reputație ia în considerare tendințele pieței și ale sectorului. Acești factori vă permit să stabiliți etaloane pentru firma dvs. și să vedeți cum se raportează aceasta față de alte firme în ce privește media din sector și liderii clasei respective.

Scorul de Reputație este calculat pe o scară de 1.000 de puncte, unde 1.000 reprezintă punctajul cel mai mare posibil pe scară și 100 reprezintă punctajul cel mai mic.

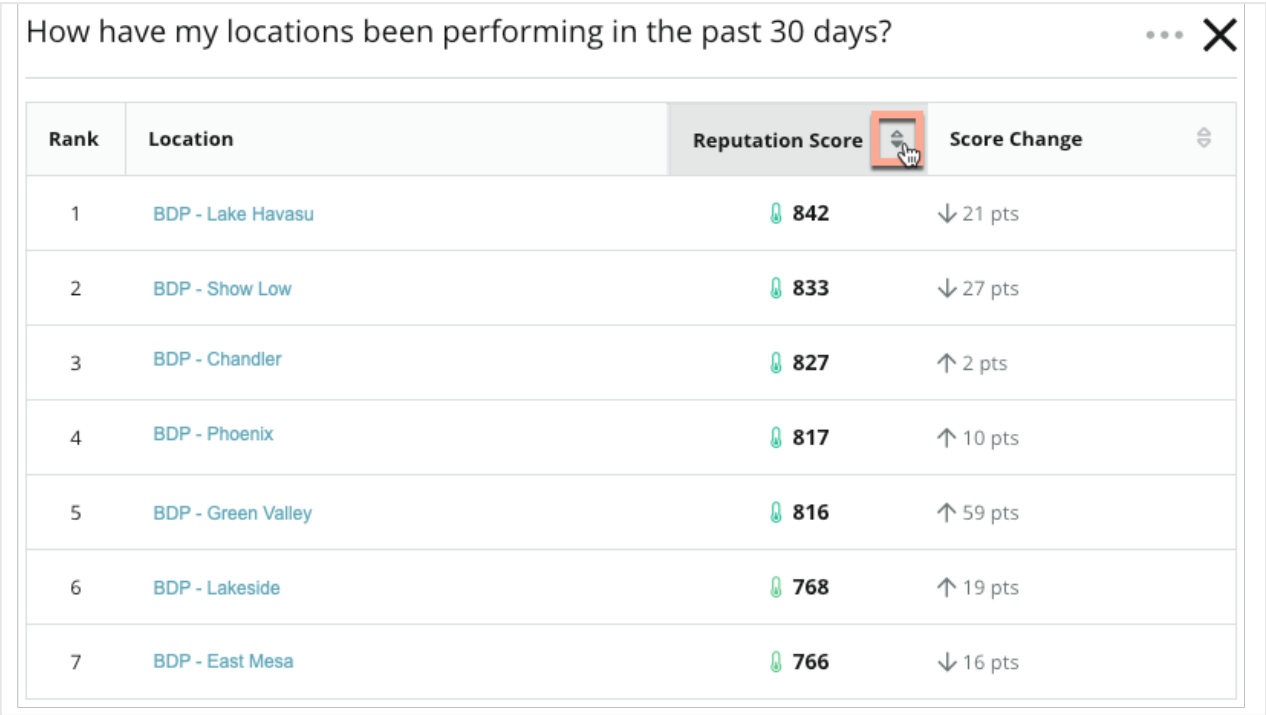
Observații despre locații

Dacă ați selectat mai mult de o locație în filtre, puteți vedea un instantaneu al performanțelor locațiilor dvs. în ultimele 30 de zile de la data generării datelor. Vizualizați primele locații cu un Scor de Reputație mare, precum și ultimele locații, cu scoruri mici sau scăderi semnificative de scor.

Un clic jos, pe **Vizualizați toate locațiile,** arată Scorul de Reputație și date despre modificarea scorului pentru fiecare locație gestionată. Dacă locația e nouă, observațiile pot să nu apară imediat, fiind nevoie de câteva zile pentru a începe popularea.



Locațiile sunt ordonate implicit după Scorul de Reputație (mare la mic). Un clic pe antetul Scorului de Reputație sau ale Schimbării de Scor comută ordinea de sortare.

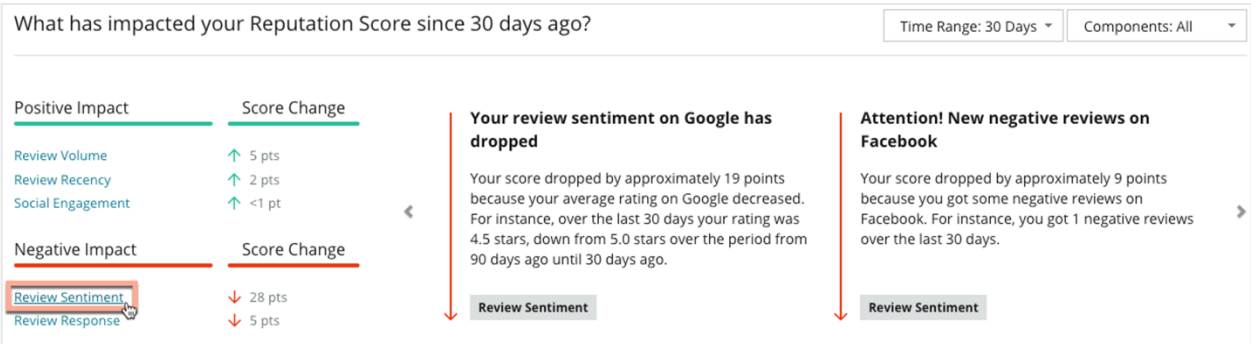


Rank	Location	Reputation Score	Score Change
1	BDP - Lake Havasu	842	↓ 21 pts
2	BDP - Show Low	833	↓ 27 pts
3	BDP - Chandler	827	↑ 2 pts
4	BDP - Phoenix	817	↑ 10 pts
5	BDP - Green Valley	816	↑ 59 pts
6	BDP - Lakeside	768	↑ 19 pts
7	BDP - East Mesa	766	↓ 16 pts

După locație

Selectați o locație în filtrele din rândul de sus sau dați clic pe orice locație din diagrama Cel mai mare/Cel mai mic pentru a vizualiza ce a influențat în mod specific Scorul de Reputație al locației respective. Vizualizați până la trei componente atât pentru impact pozitiv, cât și pentru impact negativ (ordonate după impactul asupra scorului) în intervalul de timp selectat. Filtrați după componente pentru a restrânge rezultatele.

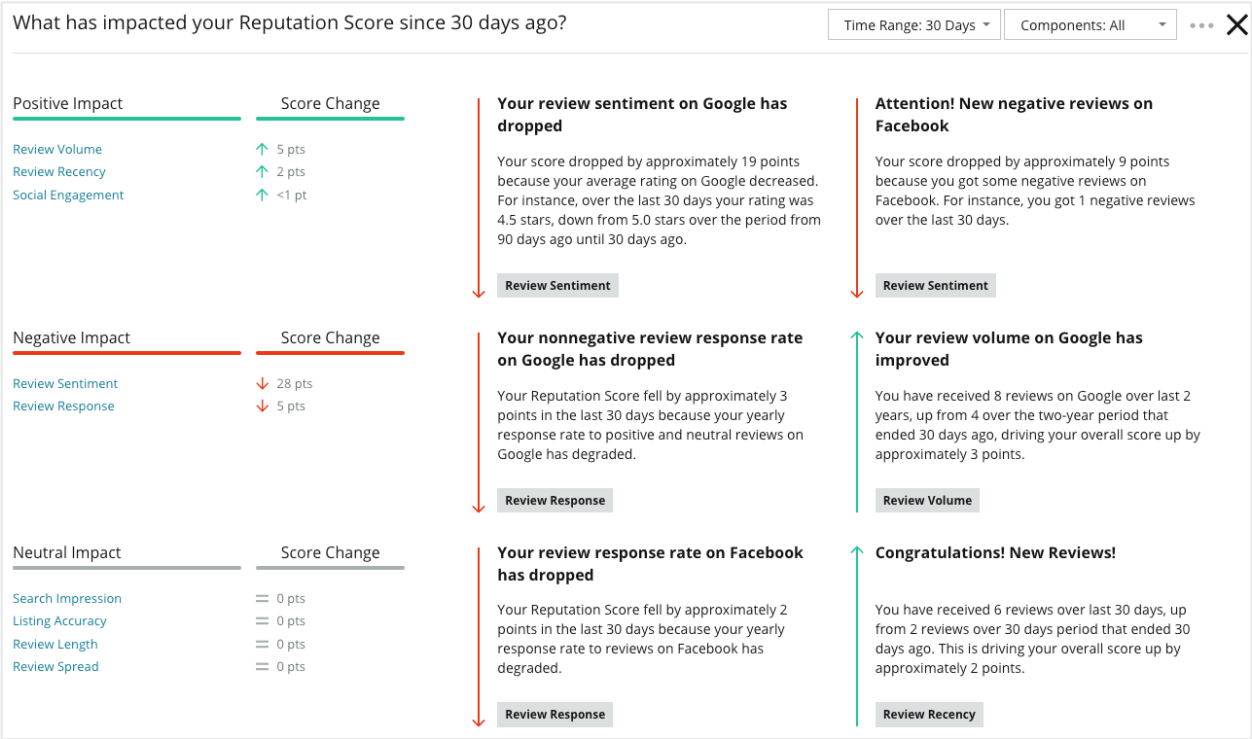
Vizualizați observații specifice pentru fiecare componentă. Observațiile explică de ce s-a modificat scorul de astăzi față de scorul din urmă cu 30 de zile (sau alt interval de timp selectat). Dați clic pe săgeți pentru a derula observațiile (dacă sunt disponibile). Fiecare observație e etichetată cu componenta pe care o va influența cel mai mult. Dați clic pe numele sau eticheta componentei pentru a vizualiza alte detalii despre aceasta.



Vizualizați toate observațiile

Din observațiile despre locații, dați clic pe **Vizualizați toate observațiile** pentru a vedea mai aprofundat impactul pozitiv, negativ și neutru din această locație, în funcție de intervalul de timp și de componentă. Sunt observații specifice fiecărei componente. Fiecare observație este etichetată cu componenta pe care o va influența cel mai mult.

Observațiile referitoare la modificarea scorului nu vor apărea pentru locațiile mai noi de 30 de zile. În schimb, aceste locații vor avea observații generale cu privire la elementele care influențează pozitiv sau negativ scorul lor actual. După 30 de zile în care o locație a avut un Scor de Reputație vor apărea observații referitoare la modificarea scorului.

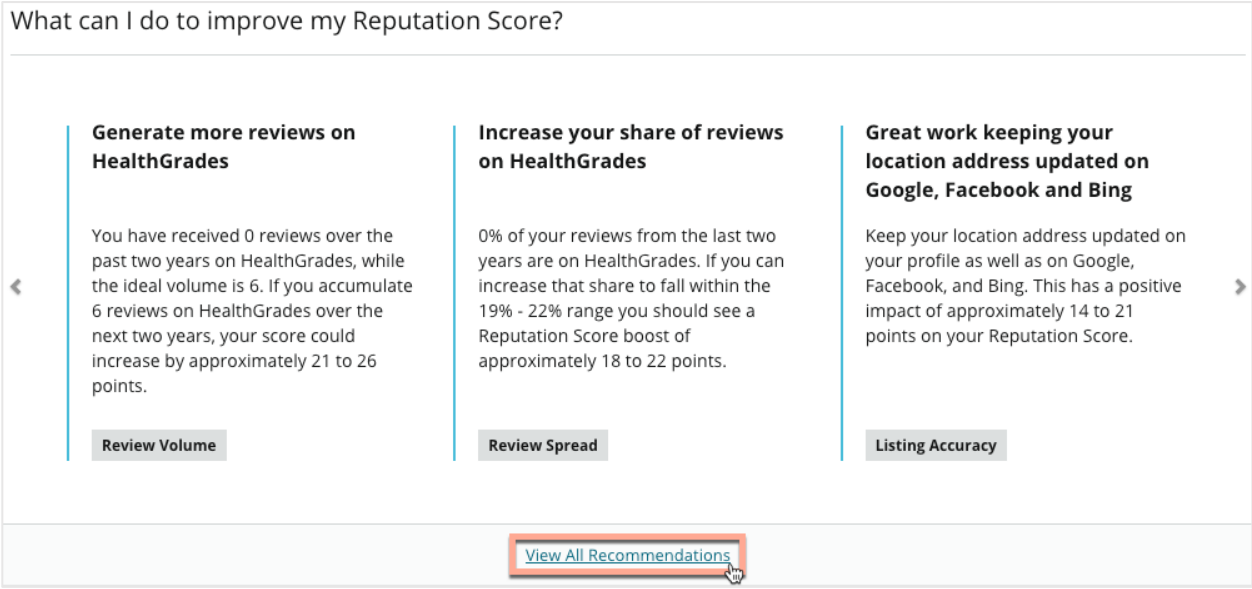


Notă: observațiile sunt afișate atunci când există un impact de cel puțin un punct asupra Scorului general de Reputație. Dacă nu apare o observație pentru o anumită componentă, modificarea scorului nu a fost suficient de mare pentru a o genera.

Recomandări pentru îmbunătățiri

Consultați recomandări practice pentru îmbunătățirea Scorului de Reputație al locației dvs., ordonate de la impactul cel mai mare la cel mai mic. Aflați cu aproximativ câte puncte poate fi influențat scorul dvs. de către îmbunătățirile sugerate. Fiecare recomandare este etichetată cu componenta pe care o va influența cel mai mult.

Dați clic pe eticheta componentei pentru a vizualiza detalii suplimentare despre fiecare componentă. Dați clic pe săgeți pentru a derula în recomandări. Pentru a vedea toate recomandările pe aceeași pagină, dați clic pe **Vizualizați toate recomandările**.



Notă: această diagramă este disponibilă doar când aveți selectată o singură locație. Dacă selectați două sau mai multe locații în filtre, diagrama de aici nu e disponibilă.

Compararea variațiilor în timp

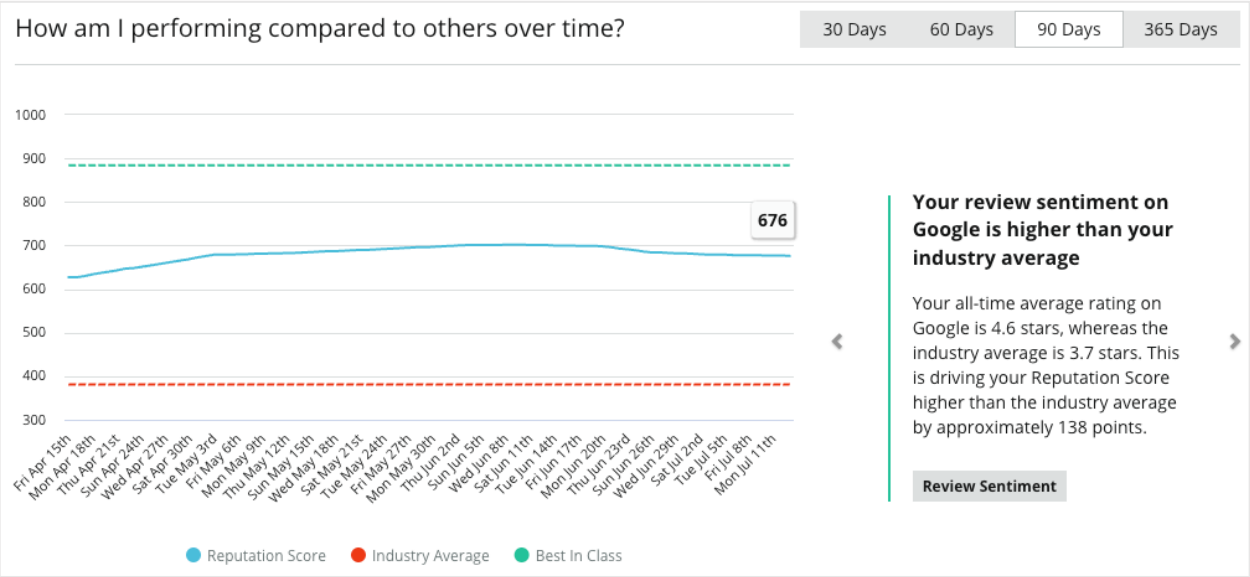
Monitorizați variația în timp a Scorului dvs. de Reputație, în comparație cu media din sector și cu cele mai bune companii din clasa respectivă. Vizualizați rezultatele pe intervale de zile (ultimele 30, 60, 90 sau 365 de zile de la generarea datelor). Plasați cursorul pe diagramă pentru a vedea datele Scorului de Reputație pentru o anumită zi.

O singură locație selectată

Observațiile explică diferența dintre Scorul de Reputație actual pentru locația dvs. și scorul mediu actual din sector. Dați clic pe săgeți pentru a derula între observații. Fiecare observație este etichetată cu componenta pe care o va influența cel mai mult.

Un clic pe eticheta componentei arată alte detalii despre aceasta. Pentru a vedea toate observațiile pe aceeași pagină, dați clic pe **Vizualizați toate observațiile comparative**.

Observațiile sunt afișate atunci când o subcomponentă a scorului (de exemplu, media punctajului Google) înregistrează o schimbare de cel puțin 1 punct în scorul locației dvs. Dacă nu vedeți o observație pentru o anumită componentă, modificarea scorului nu a fost suficient de semnificativă pentru a o genera.



Puteți vizualiza comparații între variații cu sau fără observații despre fiecare locație, ajustând filtrele.

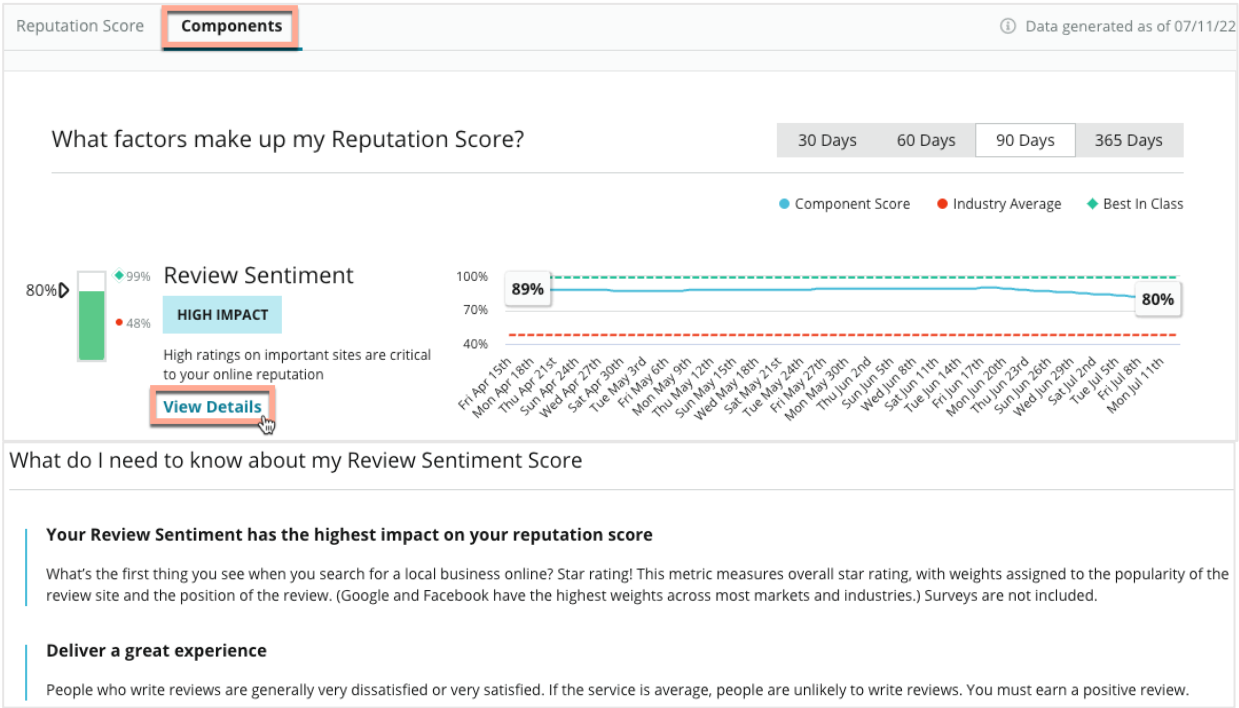
© 2022 Reputation, Inc.

Fila Componente

Îmbunătățiți-vă Scorul de Reputație analizând nouă componente-cheie (două componente suplimentare sunt disponibile pentru dealerii de automobile). Componentele sunt ordonate în platformă de la cel mai mare impact până la cel mai mic. Pentru fiecare dintre acestea, puteți compara scorul dvs. cu standardul sectorului și cu liderul din clasa respectivă, și puteți vedea fiecare scor ca o variație în timp.

Vizualizați rezultatele pe intervale (ultimele 30, 60, 90 sau 365 de zile de la generarea datelor). Plasați cursorul peste orice diagramă pentru a vedea scorul dintr-o anumită zi.

Dați clic pe **Vizualizare detalii** sub fiecare componentă pentru a afla mai multe despre respectiva componentă, inclusiv sfaturi de îmbunătățire și linkuri către resurse suplimentare.



Notă: pagina **Vizualizare detalii** va afișa observații specifice componentelor dacă este selectată o locație. Observațiile nu vor fi disponibile dacă sunt selectate două sau mai multe locații.

Aflați mai multe despre Scorul dvs. de Reputație analizând fiecare dintre următoarele componente:

1

Sentimentul recenziilor

Care este primul lucru care se vede când căutați o afacere locală online? Sentimentul recenziei sau punctajul mediu de evaluare! Acest indicator măsoară sentimentul general al recenziilor primite, din toate sursele importante. Sondajele nu sunt incluse.

- Google și Facebook au cele mai mari ponderi în majoritatea piețelor și sectoarelor.
- Oferiți o experiență minunată! În general, cei care scriu recenzii sunt fie foarte nesatisfăcuți, fie foarte satisfăcuți. Dacă serviciul e de nivel mediu, e puțin probabil să fie scrise recenzii.
- O recenzie pozitivă trebuie câștigată.

2

Volumul recenziilor

Următorul element la care v-ați putea uita după ce ați căutat o afacere este numărul de recenzii care au fost incluse în acel punctaj mediu de evaluare. Un punctaj mediu de evaluare cu 1000 de recenzii e mai de încredere decât unul cu 5 recenzii. Acest indicator măsoară numărul total de recenzii de pe site-uri de recenzii online importante. O locație trebuie să aibă un număr minim de recenzii pe fiecare site relevant pentru a obține un punctaj bun în privința volumului.

- Solicitați în mod activ recenzii de la clienți, utilizând instrumente precum aplicația Reputation pentru mobil.
- Explicați-le că încercați să furnizați cel mai bun serviciu și că feedbackul pozitiv de la clienți vă onorează și motivează.

3

Răspândirea recenziilor

Google și Facebook au cea mai mare importanță, dar trebuie să aveți prezență în recenzii și pe alte site-uri. Firmele care au recenzii pe o varietate site-uri cunoscute de recenzii obțin un scor mai bun decât cele cu recenziile concentrate doar pe unul sau două site-uri.

- Șabloanele noastre de solicitare țin cont de răspândirea recenziilor, motiv pentru care recomandăm utilizarea linkurilor Reputation inserate pe site, nu manuale, pentru a vă asigura că solicitați recenzii pe site-urile care au cel mai mare impact asupra punctajului dvs.

4

Caracterul recent al recenziilor

Apoi vă uitați la data recenziilor. Dacă nu sunt postate recenzii de câteva luni, v-ați putea întreba dacă afacerea nu mai este deschisă sau relevantă (cea mai bună practică este să existe recenzii mai recente de 3 luni).

- Solicitați regulat recenzii. Utilizând o integrare, puteți chiar automatiza solicitările de recenzii după fiecare tranzacție cu clienții.
- Recenziile postate cel mai recent au o pondere mai mare la calcularea punctajului mediu de evaluare.

5

Afișări în căutări

Când căutați o afacere locală (nume și cod poștal, adresă sau oraș/stat), care sunt primele câteva rezultate ale căutării? Dacă pagina web a locației dvs. apare aproape de vârf în rezultatele căutării (în primele 10 linkuri de pe pagina 1) și dacă apare Panoul de cunoștințe GBP (profilul comercial Google), veți obține un scor mare. În plus, când căutați un sector „în apropierea mea”, scorul crește dacă locația dvs. apare în primele 10 rezultate ale căutării sau în Local Pack (pachetul local).

- Folosirea unui widget pentru generarea unui punctaj de evaluare propriu pe site-ul dvs. vă poate ridica pagina în rezultatele căutării.
- Asigurați-vă că profilul dvs. GBP este complet și categoria dvs. de afaceri este corectă în profilul locației dvs.
- Dacă aveți nevoie de asistență la actualizarea site-ului dvs. web, puteți explora soluțiile noastre optimizate SEO Pagini și Localizator.

6

Răspunsul la recenzii

Consumatorii vor să vadă răspunsuri politicoase și care oferă metode directe de contactare. Chiar și o recenzie negativă e deseori privită mai favorabil atunci când firma a răspuns.

- Încercați să răspundeți la toate, dar recomandabil e răspunsul la 100% din recenziile negative și la cel puțin 20% din cele pozitive.
- Creșterea ratei de răspuns se poate face imediat pentru a vă îmbunătăți reputația online. (Permiteți-ne să ajutăm cu răspunsuri gestionate, apelând echipa noastră de servicii Premium cu plată.)
- Dacă vă ocupați dvs. de răspunsuri, folosiți macrocomenzile ca punct de pornire, pentru viteză dar și varietate în răspunsuri.

Notă: unele surse nu permit răspunsul la recenzii. Aceste surse sunt excluse din calculul scorului.

© 2022 Reputation, Inc. | 12

7

Acuratețea listărilor

Se potrivesc informațiile despre locație ale firmei cu ce apare de fapt pe Google? Dar pe alte site-uri (de ex., Facebook, Bing Local etc.)?

- Acuratețea acestor informații este deosebit de importantă când clienții efectuează căutări de tip „lângă mine”. Corectarea informațiilor din listările firmei este o măsură simplă și imediată pe care o puteți lua pentru a vă îmbunătăți reputația.
- Dacă în prezent nu vă auditați listările firmei prin intermediul platformei, contactați echipa de asistență sau apelați la echipa de servicii premium cu plată. Nu veți avea un barometru al acurateții foarte precis dacă nu ați încărcat pe platformă conexiuni sau o sursă de adevăr.

8

Implicarea socială

Are firma o prezență pe rețelele sociale și postări care generează implicare? În general, firmele care sunt active pe rețelele sociale reușesc să convertească mai multe persoane din căutători în clienți.

- Postați conținut în mod regulat pe canalele sociale și răspundeți la comentarii în termen de 24-48 de ore. Acest indicator măsoară în prezent implicarea pe Facebook pe baza vizualizărilor, fanilor, aprecierilor și utilizatorilor implicați. Deși scorurile nu reflectă momentan promptitudinea răspunsurilor, aceasta este dezirabilă, ajutând la îmbunătățirea satisfacției clienților.

Notă: doar locațiile cu un cont Facebook conectat vor fi luate în considerare pentru acest indicator. Dacă nu aveți date în acest barometru, acesta nu va influența scorul general.

9

Lungimea recenziilor

Care din aceste recenzii vă impresionează mai mult: „A fost grozav.” -SAU- „Tim a fost fantastic și mi-a explicat toate opțiunile de finanțare. M-a făcut să mă simt parte din familie!”

- Deși nu puteți controla neapărat lungimea unei recenzii, aceasta influențează percepția unui client potențial asupra firmei dvs. și probabilitatea ca acesta să aibă încredere în recenzie. Încercați să le cereți clienților să scrie o recenzie de două sau mai multe fraze, dacă discutați cu ei față în față.

10 Sănătatea brandului

Sănătatea brandului analizează sentimentul general al brandului pe rețelele de socializare. Această componentă măsoară sentimentul general, ponderat cu vizibilitatea și recența postărilor din tot conținutul brandului dvs. de pe rețelele sociale și din comentarii. Sursele primare luate în considerare sunt Twitter, Reddit, Instagram și Facebook.

- Menținerea unui sentiment pozitiv în postările și comentariile brandului încurajează urmărirea pe rețelele sociale și transformarea urmăritorilor în clienți.

Notă: Sănătatea brandului este disponibilă în acest moment numai pentru dealerii de automobile.

11 Vizibilitatea brandului

Vizibilitatea brandului analizează prezența acestuia pe internet. Această componentă măsoară vizibilitatea și numărul de mențiuni în postările din conținutul rețelelor sociale, precum și recența postărilor. Sursele primare luate în considerare sunt Twitter, Reddit, Instagram și Facebook.

- Cu cât brandul dvs. poate ajunge la mai mulți oameni prin conținutul de pe rețelele de socializare, cu atât veți putea avea mai mulți clienți.

Notă: Vizibilitatea brandului este disponibilă în acest moment numai pentru dealerii de automobile.

© 2022 Reputation, Inc.

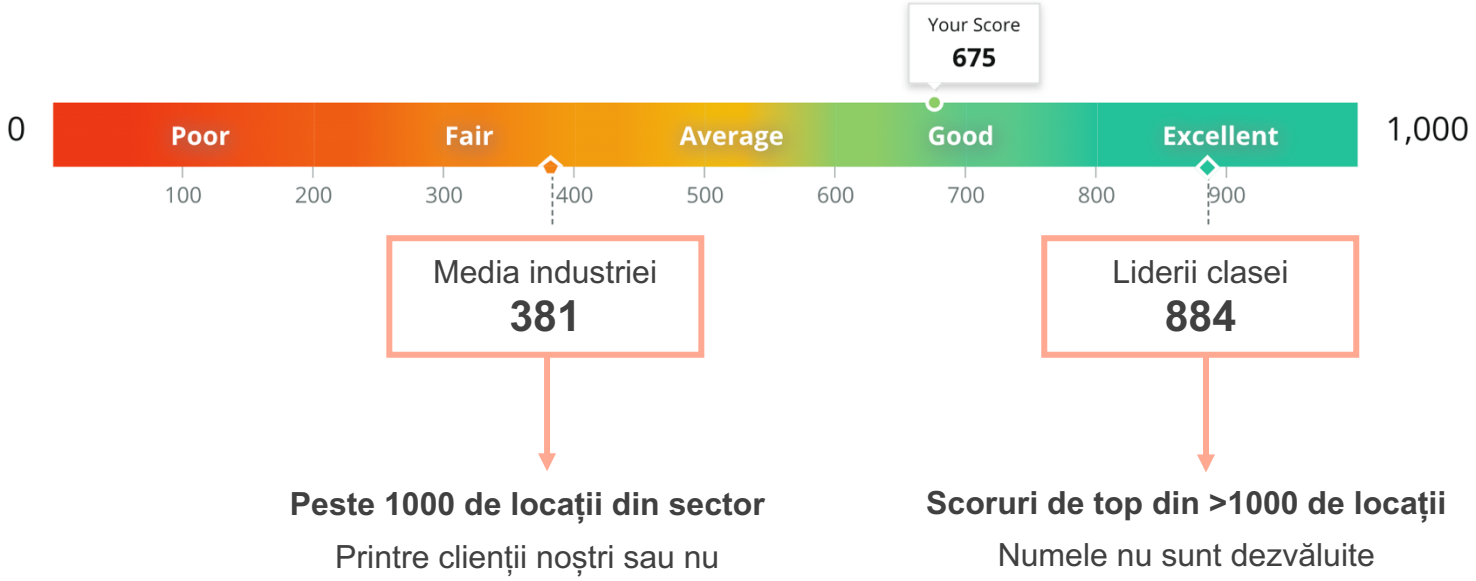
Întrebări frecvente de depanare

Iată câteva scenarii comune de depanare a Scorului de Reputație.

Care sunt firmele cu care sunt comparat în „Media pe sector” și cum le pot afla scorurile?

La calcularea etaloanelor industriei, algoritmul nostru alege un eșantion reprezentativ de peste 1000 locații din sectorul dvs. (clienți sau nu ai Reputation.com). Calculăm un scor mediu din toate locațiile din eșantion.

Luăm, de asemenea, locațiile cu cea mai mare reputație din acel eșantion (de obicei primii 1%) și le folosim pentru a crea scorul lor mediu. Acea medie este etalonul liderilor clasei pentru acel sector.



Notă: nu putem dezvălui care sunt firmele sau scorurile lor. Dacă sunteți interesați de acești indicatori, luați în considerare opțiunile noastre de Raportare competitivă.

© 2022 Reputation, Inc.

Sunt scorurile din Standardul industriei/Liderii clasei specifice unei regiuni sau unei locații?

Scorul dvs. per total *este* specific sectorului și regiunii (național). De exemplu, algoritmul de punctare diferă între firmele de manufactură din Regatul Unit și cele de vânzare cu amănuntul din SUA.

Standardul pe sector și topul clasei folosesc același algoritm de punctare. Aceste scoruri, însă, nu sunt detaliate mai departe pentru a fi comparate locație-cu-locație. Dacă știți că locațiile din sud-vestul Arizonei o duc mai bine în general decât cele din nord-vest, amândouă vor fi comparate totuși cu etaloanele naționale.

Notă: setările de localizare ale utilizatorului nu contează în calcule sau etaloane. Țara asociată fiecărei locații de pe platformă contează, însă.

Am primit cu 20% mai multe recenzii trimestrul acesta. De ce nu îmi crește scorul?

Scorul reflectă o medie mobilă pe 30 de zile (vedeți mai jos mai multe detalii), așa că fluctuațiile de pe o zi pe alta nu vor fi așa de evidente.

De unde au apărut recenziile „noi”? Dacă toate recenziile pozitive erau pe Facebook și între timp ați primit 3 recenzii *negative* pe Google, recenziile de pe Google vor avea totdeauna un impact mai mare. Nu toate site-urile de recenzii sunt tratate în mod egal.

Cu cât e mai mare scorul, cu atât e mai greu de îmbunătățiți. Îmbunătățirile se reflectă în schimbări tot mai mici, progresive, pe măsură ce vă apropiați de un scor perfect.

Câștiguri țintă anuale sugerate pentru intervalele de scor	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

Ce se înțelege printr-o medie „mobilă” pe 30 de zile?

Media mobilă pe 30 de zile se bazează pe calculele Reputation, care furnizează scoruri interne zilnice. În consecință, scorul zilnic în platformă este o medie a acestor scoruri interne din ultimele 30 de zile. De exemplu:

- Astăzi este 1 mai. Scorul de Reputație afișat este media Scorurilor de Reputație din perioada 1 aprilie – 1 mai.
- Dacă v-ați întoarce să vedeți ce scor ați avut pe 1 februarie, ați vedea că scorul este o medie a Scorului de Reputație din 2 – 31 ianuarie.

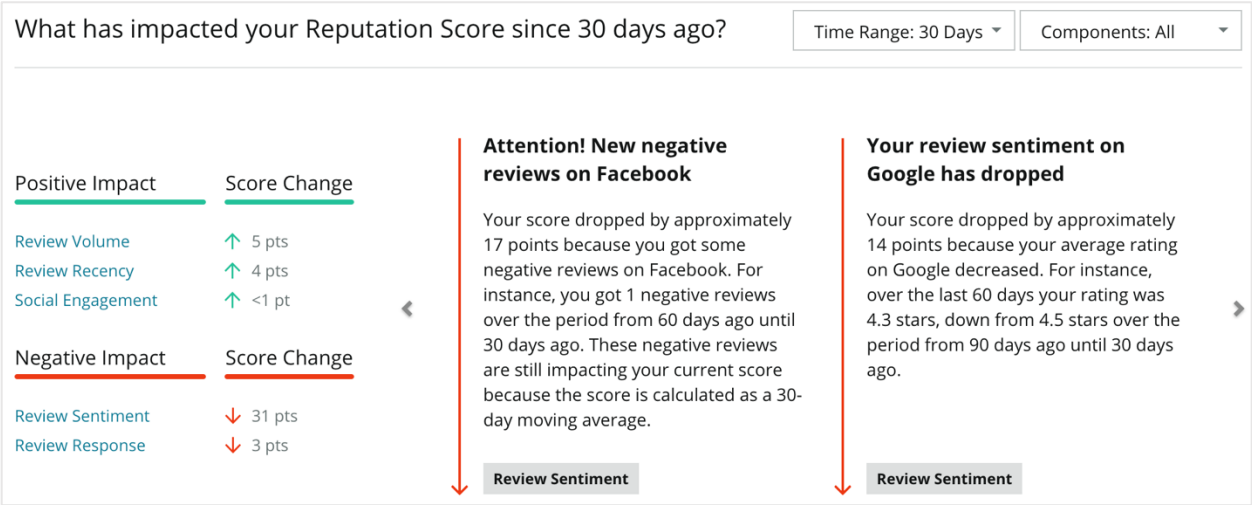
Cât timp durează până când recenziile noi se reflectă în Scorul meu de Reputație?

După apariția unui eveniment, cum ar fi o nouă recenzie de la un client, durează două zile până când noua recenzie începe să fie luată în considerare pentru scorul dvs. Durează încă 30 zile până când vedeți impactul deplin al acelui eveniment asupra scorului dvs., deoarece Scorul de Reputație e calculat ca o medie mobilă pe 30 de zile.

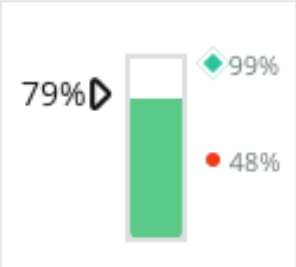
De ce mi-a scăzut scorul?

Cea mai bună metodă de a descoperi motivul unei scăderi a scorului este să accesați Scorul de Reputație X și să vizualizați observațiile defalcate pe componente și indicatorii secundari ai acestora, dintr-o comparație pe 30, 60 sau 90 de zile.
Cele mai frecvente motive includ (dar nu se limitează la) o scădere recentă a numărului de recenzii pe Google, o creștere a recenziilor negative pe Google sau o scădere a ratei de răspuns. Accesați fila **Recenzii** și verificați **Variația sentimentelor** pentru Google.

De asemenea, priviți și diagrama **Recenzii cu răspuns** pentru a vedea dacă a avut loc o scădere în ultimul trimestru (albastru). Răspundeți cât de curând puteți – mai ales la recenziile de pe Google. *Recenziile negative de pe Google la care nu se răspunde sunt cele care dăunează cel mai mult scorului de răspuns la recenzii.*



Ce reprezintă procentajele de pe fiecare barometru?



Procentul fiecărei componente este scorul dvs. pe componentă. Scorurile componentelor variază de la 0 la 100%, iar culoarea trece de la roșu la verde – cu cât barometrul este mai roșu, cu atât necesită mai multă atenție. Procentajele ajută la identificarea rapidă a componentelor care necesită cea mai mare atenție.

Procentajele sunt atribuite pe baza algoritmului nostru. Deși nu putem dezvălui algoritmul, vă indicăm nivelul atins de fiecare componentă pe o scară (în care 100% reprezintă perfecțiunea), astfel încât să aveți o măsurătoare consecventă a tuturor aspectelor.

De ce nu are locația mea un Scor de Reputație?

Printre cauzele principale pentru aceasta pot fi:

- Locația este prea nouă: poate dura câteva zile pentru a începe popularea scorurilor.
- Fereastra de timp este incorectă: scorurile sunt calculate numai după ce locația a fost creată.
- Surse limitate de date: locațiile necesită conexiuni la un prag minim de site-uri importante asociate pentru a calcula scorurile.

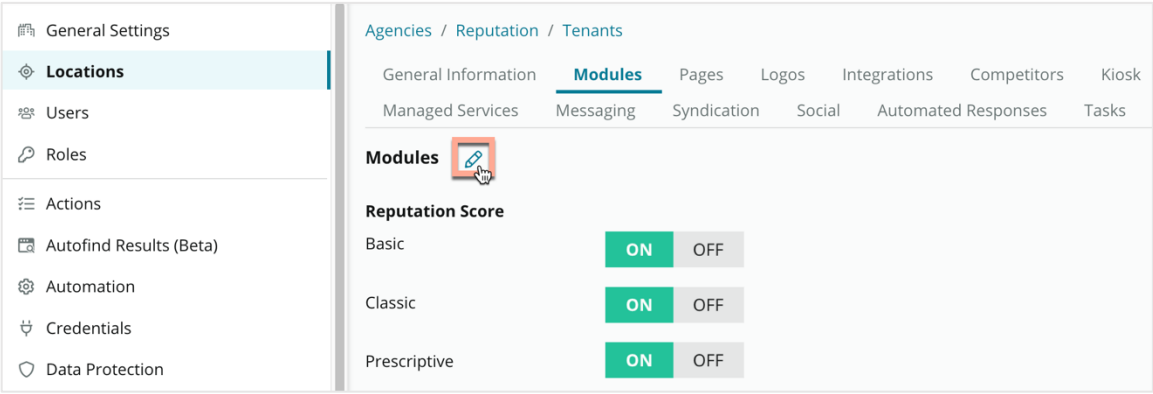
Am o locație pentru sediul central de birouri și alte locații pentru magazine. Cum dezactivez Scorul de Reputație pentru sediul central?

Dacă aveți diferite tipuri de locații, poate doriți să dezactivați Scorul de Reputație pentru un tip sau altul. De exemplu, dacă aveți un sediu central de birouri și mai multe locații de restaurante și doriți doar observații despre scorurile restaurantelor, dezactivați sediul central.

1. Faceți clic pe **Admin** și selectați **Locații**.
2. Alegeți locația pentru care doriți să dezactivați Scorul de Reputație.
3. Faceți clic pe **Module**.

> Notă: nu toate entitățile găzduite au această opțiune. Dacă nu vedeți **Modulele**, contactați echipa de asistență sau managerul de servicii clienți pentru asistență.

4. Faceți clic pe pictograma creion și comutați vizualizările De bază, Clasică și Prescriptivă la „Dezactivat”.



5. Dați clic pe **Salvare**.

Servicii Premium cu plată

Puneți experții noștri din Serviciile Premium cu plată la lucru pentru dvs.

Deși ne străduim să facem platforma intuitivă și eficientă, înțelegem că timpul dvs. e prețios; resursele și capacitatea de gestionare sunt finite. Reputation are o echipă dedicată de experți gata să ajute cu gestionarea listărilor, optimizarea SEO și postarea, publicarea și organizarea postărilor pe rețelele sociale – gestionând, în același timp, și răspunsurile la recenzii. Garantăm excelența pentru clienți cu această suită de servicii valoaroase, alimentate de platforma și produsele noastre. Acești experți vă ajută să:

- Mergeți dincolo de **Corectitudine** (Listări gestionate ale firmei)
- Maximizați **Atracția** profilurilor firmei dvs. (Servicii gestionate pentru Google)
- Profitați de **Puterea** rețelelor de socializare (Rețele de socializare gestionate)
- Brandul căruia **îi pasă** cel mai mult, **câștigă** (Gestiunea răspunsurilor la recenzii)

Contactați Directorul dvs. de cont pentru mai multe informații despre Servicii Premium cu plată.

© 2022 Reputation, Inc.

Resurse suplimentare

Consultați setul nostru complet de ghiduri de utilizare pentru a afla mai multe despre platforma Reputation.

- Acțiuni
- Administrator
- Brandul pe rețelele de socializare
- Listările firmei
- Panouri de comandă
- Experiență
- Inbox
- Aplicația mobilă
- Pagini și localizatori
- Conectare Rep
- Rapoarte
- Solicitare
- Recenzii
- Listări pe rețelele sociale
- Suita de rețele de socializare
- Sondaje
- Widgeturi

© 2022 Reputation, Inc. |